

Dampak Globalisasi Terhadap Gaya Berpakaian Generasi Z Bali

Gabriella Immanuel¹ dan Sri Tunggul Pannindriya²

^{1,2} Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Fenomena globalisasi yang terjadi di berbagai belahan dunia juga terjadi di Bali. Globalisasi adalah hilangnya batasan informasi dan globalisasi terjadi di aspek ekonomi, politik bahkan hingga kebudayaan. Penelitian ini akan membahas dampak globalisasi dimana pakaian yang sebagai salah satu bentuk komunikasi seorang individu. Dengan tujuan mengetahui alasan para generasi Z Bali memilih pakaian yang modern dan memahami kaitan atau dampak globalisasi terhadap gaya berpakaian gen Z Bali. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data premier yang diperoleh dari para narasumber yaitu gen Z Bali dan narasumber ahli melalui wawancara. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui fenomena globalisasi memberikan dampak kepada para gen Z Bali dalam pemilihan gaya berpakaian. Pakaian modern seperti menggunakan kaos, kemeja, rok, celana jeans yang dalam keseharian oleh para gen Z dipengaruhi oleh lingkungannya. Gaya pakaian kebaya dan kemeja dan kamen sebagai pakaian sehari-hari sudah hilang tergeser dengan pakaian modern karena aspek kenyamanan. Namun gaya pakaian khas Bali yaitu kebaya dan kemeja dan kamen sekarang berubah nilai menjadi pakaian khusus acara keagamaan atau acara adat.

Kata kunci: Pakaian; Globalisasi; Gen Z; Konstruksi Sosial; Diri

ABSTRACT

The globalization is the fading out of boundaries of information it may effect of economics, politics and even culture. Globalization is also occurred in Bali one famous tourist destination in Indonesia. This his study will discuss the impact of globalization where clothing is a form of communication of an individual. The aim of this study is to exploring how Bali's Z generation choose modern clothing and also understanding the connection or impact of globalization to the style of dressing among the Bali's Z generation. The research method is qualitative and the premier data collection obtained from the Bali's Z generation and experts through interviews. Based on the results of the study, it is understood that globalization clearly affects the Balinese Z generations in the choice of dress styles. Modern clothes choices such as wearing T-shirts, shirts, skirts, jeans for daily use by the Bali's Z generation are also affected out by the environment. Kebaya clothing and shirts and kamen as everyday clothes have been lost in modern clothing because of the comfortness aspect. But the style of Balinese clothing, like kebaya and shirt and kamen, are now changing in value into special clothing for religious events or customary events.

Keywords: Clothing; Globalization; Gen Z; Social Construction; Self

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu pulau di Indonesia. Banyak menggambarkan Bali mulai dari kata eksotis, cantik bahkan sampai kata surga untuk menggambarkannya. Kekayaan dan keunikan pulau Bali sebagai destinasi pariwisata. Sehingga Bali ditetapkan sebagai destinasi wisata terpopuler dunia tahun 2017 versi TripAdvisor (Erikania, 2017). Bali selain memiliki daya tarik kecantikan alam dan juga budaya yang turun temurun dilestarikan. Salah satu budaya turun temurun adalah budaya berpakaian. Dalam budaya berpakaian Bali memiliki sejarahnya yang unik. Sejarah mencatat Budaya berpakaian sehari-hari penduduk Bali baik laki-laki dan perempuan adalah berpakaian bertelanjang dada dengan menggunakan kain yang dililitkan dari pinggang hingga bagian bawah badan.

Berpakaian bertelanjang dada bagi masyarakat Bali memiliki tujuan atau alasan sendiri. Pada masa itu bertelanjang dada adalah bentuk dari kejujuran diri dan juga keberanian. Arti kejujuran dan keberanian adalah dimana orang lain dapat melihat bentuk tubuhnya. Masyarakat Bali yang bertelanjang dada pada saat itu menganggap gaya berpakaian itu adalah bentuk dari identitas dalam berpakaian di Bali.

Gambar 1. Kumpulan Masyarakat Bali (Diambil tahun 1930)



Sumber: Bali Media

Perubahan budaya berpakaian masyarakat Bali terjadi dari kebiasaan lokal terkait perubahan kondisi lingkungannya. Ini dimulai dengan datangnya wisatawan dari Belanda sejak tahun 1920. Datangnya wisatawan datang membuat masyarakat Bali menerima pengetahuan atau sumber ilmu baru dari melihat cara berpakaian yang lain. Masyarakat Bali melihat dari bagaimana kebudayaan atau kebiasaan para wisatawan salah satunya adalah menggunakan pakaian secara lengkap kemudian akhirnya diadopsi sedikit dipadukan dengan budaya berpakaian Bali dengan khasnya yaitu kain sebagai bawahannya.

Selain efek dari wisatawan juga ada faktor lain yang akhirnya membuat masyarakat Bali menggunakan baju. Kondisi saat itu adalah banyaknya masyarakat Bali yang mulai keluar pulau Bali untuk belajar. Mereka kebanyakan belajar di pulau Jawa. Saat itu pakaian sehari-hari yang digunakan di pulau Jawa adalah kebaya untuk wanita dan kemeja untuk laki-laki. Mulai dari itu masyarakat Bali kembali lagi ke pulau Bali untuk kemudian membuat pakaian kebaya dan juga kemeja. Awalnya terdapat penolakan untuk menggunakan pakaian tersebut sebagai pakaian sehari-hari. Alasannya adalah tidak praktis dan mengganggu aktivitas sehari-hari. Lalu kemudian dimodifikasi yang akhirnya terbiasa menggunakan pakaian yang menjadi

identitas budaya berpakaian di masyarakat Bali yaitu menggunakan kemeja dan kebaya sebagai atasan, sebagai bawahan menggunakan kain.

Mulai tahun 1950 hingga 1990 mulai terdapat perubahan gaya berpakaian di mana penduduk Bali menggunakan kain untuk menutupi 1 badan lebih tepatnya pada perempuan. Dikutip dari media CNN Indonesia bahwa Mario Blanco sebagai salah satu pewaris budaya Bali menuturkan bahwa kebiasaan perempuan Bali tidak mengenakan busana berakhir sekitar tahun 1990-an. (Afrisia, 2014)

Gambar 2. Gaya Pakaian Masyarakat Bali pada Tahun 1988



Sumber: Instagram @Balinese_vibes

Perubahan model pakaian terus terjadi dimana penggunaan kebaya, kemeja sebagai atasan dan kain sebagai bawahan mulai tidak ditemukan dalam gaya berpakaian keseharian masyarakat Bali. Pakaian seperti kebaya, kemeja sebagai atasan dan kain sebagai bawahan sekarang hanya digunakan untuk kegiatan adat seperti upacara adat di banjar-banjar (tempat berkumpul masyarakat di Bali). Perubahan ini juga merupakan akibat perubahan pemaknaan dalam diri atau yang berdampak pada identitas budaya masyarakat Bali. Para remaja Bali kini cenderung menggunakan pakaian dengan atasan kaos dan bawahan celana atau rok untuk kesehariannya. Perubahan cara berpakaian ini akibat masuknya informasi mengenai berbagai model pakaian sehari-hari ke Bali adalah bentuk dari fenomena globalisasi.

Globalisasi adalah suatu fenomena yang terjadi secara global dimana pengertian secara singkatnya globalisasi adalah hilangnya batasan informasi. Hilangnya batasan informasi juga terjadi karena didukung dengan kecanggihan teknologi. Globalisasi dapat diibaratkan sebuah pintu besar yang dapat berinteraksi dengan dunia luar lainnya atau dengan negara lainnya. Globalisasi sendiri menjadi bagian dalam kehidupan manusia yang memberikan tantangan & manfaat untuk kehidupan manusia.

Pengertian globalisasi dalam disertasi yang ditulis oleh Prof Santos “*Globalization is a vast social field in which hegemonic or dominant social groups, states, interests and ideologies collide with counter-hegemonic or subordinate social groups, states, interests and ideologies on a world scale*” (Santos, 2006). Banyaknya informasi yang masuk kedalam masyarakat lewat berbagai media membuat fenomena globalisasi semakin terasa. Dimana kelompok yang dominan dapat mempengaruhi satu sama lainnya. Dengan terpengaruhnya kelompok yang

lainnya akan membuat sesuatu yang baru.

Pemilihan model pakaian di Bali kini semakin bervariasi dengan banyaknya brand internasional yang familiar di kalangan remaja antara lain dengan munculnya brand pakaian ternama seperti *H&M*, *Zara*, *Pull & Bear*. Selain merk-merk internasional tersebut berbagai tempat lain seperti butik dan pasar juga menjual model pakaian yang lebih modern. Ini dalam artian model pakaian yang dijual berbeda dengan identitas masyarakat Bali, model pakaian tersebut jauh dari unsur lokal.

Fenomena global yang terjadi dalam lingkungan masyarakat Bali juga mempengaruhi cara orang dalam hidupnya. Sehingga berefek pada perubahan nilai dari cara hidup individu diakibatkan karena globalisasi dapat membuat budaya baru lagi salah satunya adalah budaya berpakaian Bali. Para remaja di Bali cenderung mengikuti gaya berpakaian kekinian. Kata kekinian itu berarti segala sesuatu yang harus baru mengikuti trennya. Tren yang dimaksud juga berarti harus yang *modern*.

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan objek penelitian adalah remaja khususnya adalah para generasi z Bali. Menurut riset dari laman tirto.id generasi Z adalah kelahiran tahun 1995 sampai dengan tahun 2001. Generasi Z sendiri memiliki ciri-ciri yang berpikiran terbuka & sanggup berkompromi. Karakteristik pikiran yang terbuka salah satu efek yang terjadi dari kemajuan dan kemudahan akses informasi melalui teknologi yang berkembang sekarang yaitu *internet* (Adam, 2017).

Melihat fenomena para gen z yang cenderung berpakaian modern seperti gaya berpakaian masyarakat negara bagian lainnya memberikan informasi bahwa globalisasi dan karakteristik dari para gen Z membuat pemilihan model dari pakaian semakin banyak. Globalisasi dengan cepat mempengaruhi model & cara berpakaian para gen Z Bali. Bali dianggap sebagai salah satu yang mampu bertahan dari globalisasi oleh masyarakat nasional di Indonesia dan Bali bahkan memiliki program menguatkan dirinya dengan adagium *Ajeng Bali* yang berarti Bali yang mempertahankan budayanya (Gumelar, 2017). Dengan perubahan gaya berpakaian masyarakat Bali dari yang dulu bertelanjang dada hanya menggunakan kain sebagai penutup bagian bawah badannya kemudian berubah lagi menggunakan pakaian kemeja dan kebaya sebagai atasan dan tetap menggunakan kain sebagai bawahannya lalu sekarang menjadi lebih mengikuti model pakaian yang lebih *modern* dalam kesehariannya menjadi penelitian menarik untuk diteliti khususnya untuk objek penelitiannya yaitu para gen Z Bali.

Penelitian ini akan menggunakan teori utama yaitu teori konstruksi sosial diri. teori ini mengatakan bahwa seorang individu atau diri terbentuk karena terjadinya interaksi antar manusia. Interaksi yang terjadi adalah sebuah bentuk komunikasi dimana dalam interaksi tersebut terdapat informasi yang kemudian dapat memberi individu untuk membuat keputusan bagaimana dirinya akan menjadi.

Mengutip dalam buku yang ditulis oleh Morissan (2014) bahwa teori ini menjelaskan bahwa mengenal (seorang) “diri/individu dipelajari melalui pengalaman berinteraksi dengan orang

lainnya. Dimana aspek pemikiran, keinginan dan emosi dipelajari melalui interaksi sosial. Tetapi dalam teori ini akan hasilnya berbeda-beda pada antar individu semua tergantung pada kondisi sosial pada lingkungannya dan kebudayaannya” (p.115).

Teori ini dipilih untuk melihat bagaimana lingkungan atau individu tersebut memiliki pengaruh terhadap gaya atau hidup individu tersebut. Selain itu, teori ini dipilih karena sesuai dengan fenomena yang terjadi dan arah penelitian yaitu mendalami, melihat dan memahami alasan para gen Z Bali dalam berpakaian. Pakaian adalah bentuk identitas diri, Sedangkan identitas individu menurut teori konstruksi sosial diri terjadi atau terbentuk karena individu tersebut melakukan interaksi antar manusia.

Dalam dimensi teori konstruksi sosial diri menurut Harree Futher yang dikutip dalam buku milik Littlejohn & Foss (2008) menyatakan bahwa terdapat pembagian menjadi tiga dimensi *consciousness, autobiography, agency* (p.84).

a. *Consciousness*

“Consciousness is the dimension of the self that relates most clearly to present because as we are conscious of ourselves moving through time and space, we use our perceptions, experience and interactions to negotiate our place in the world” (p.84). Dalam dimensi ini secara menjelaskan bagaimana seorang individu memilih menampilkan dirinya yang ingin ditampilkan ke publik seperti dirinya. Atau kata lainnya adalah aspek display dimana secara sadar individu menunjukkan dirinya salah satunya lewat pakaian.

b. *Autobiography*

“Autobiography consists of recollections memories beliefs about, or understandings of what happened in the past that get used to interpret present and future experiences, one’s autobiography or history is a social construction just as is the present consciousness of self” (p.84). Dimensi ini lebih menekankan bagaimana sumber yang untuk kemudian dikonstruksi menjadi penampilan individu yang sekarang. Sumber yang di dapat berasal baik internal dan juga eksternal. Dimana ada faktor pengalaman sebagai sumber informasi yang kemudian direalisasi atau di eksekusi oleh individu tersebut

c. *Agency*

“Agency is most apparent whenever we intend to do something. It involves a construction or hypotheses about what one is capable of, what possibilities exist for the future. Bring the past constructions to bear as make sense what we think and feel in the present, and both of those guide our sense of future agency” (p.84). Pada dimensi *agency* lebih pada tingkatan seberapa individu yang melihat informasi yang sudah dikonstruksi berdasarkan pengalaman yang kemudian memutuskan untuk diolah menjadi suatu informasi baru untuk terus kemudian menunjukannya.

Individu bersikap tergantung pada lingkungannya seperti yang dikemukakan oleh Herbert Blumer dalam buku West & Tunner (2007) bahwa “manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka” (p.99). Dalam ketiga dimensi diatas membantu menilik lebih dalam apa alasan dalam cara berpakaian para gen Z Bali.

Globalisasi merupakan konsep pendukung dalam penelitian ini. Globalisasi sendiri seperti yang dikatakan Moran yang dikutip oleh Micmillin (2007) dalam bukunya menyatakan bahwa globalisasi digambarkan sebagai “proses yang diluar komunikasi karena telah melewati dari batasannya. Sebuah proses yang membangun secara global dan saling terhubung baik dari aspek ekonomi, politik dan juga budaya” (MicMillin, 2007, p.10). Dengan kemampuan teknologi yang kemudian sangat canggih dunia menjadi terkoneksi. Dalam penelitian ini para gen z memiliki karakteristik memiliki hubungan yang sangat dekat dengan ponsel terutama.

Selain itu perlu disampaikan penjelasan dari Santos (2006) dalam jurnal *Theory, Culture & Society* bahwa “*Globalization is a vast social field in which hegemonic or dominant social groups, states, interests and ideologies collide with counter-hegemonic or subordinate social groups, states, interests and ideologies on a world scale*” (p.1). Hal ini menjelaskan bahwa dalam globalisasi muncul kelompok yang lebih dominan. Dalam hal ini mendukung penelitian yang dilakukan dikarenakan dampak dari globalisasi yang ingin dilihat sebagaimana terjadi di Bali dengan para generasi Z. Menyambung dari teori utamanya yaitu terkait interaksi sosial konsep globalisasi mendukung penelitian ini untuk kemudian diteliti apakah efek globalisasi benar membuat perubahan dalam *world scale*.

Pandangan lainnya juga datang dimana dikatakan dari Micmillin (2007) bahwa “*Globalization, therefore, does not lead to the homogenization of culture but to “an intensification of hierarchies and inequalities among individual, group and culture”*” (p.86). Maka dari itu menarik melihat bagaimana dampak fenomena globalisasi terhadap cara berpakaian gen z Bali. Apakah benar bahwa sudah terjadi homogenisasi budaya dengan kelompok yang dominan akan membuat identitas budaya yang berubah. Terlebih dalam fenomena globalisasi yang menjadi objek penelitian adalah gen Z. Dimana gen Z ini masih termasuk muda ditahun 2018 ini. Dikemukakan oleh Soekanto & Sulistyowati (2014) dalam bukunya bahwa “*pada umumnya generasi muda adalah individu dimana paling cepat menerima informasi dari unsur-unsur kebudayaan luar atau asing yang masuk melalui media dan proses alkulturasi*” (p.166).

Globalisasi memiliki banyak aspek salah satunya adalah globalisasi budaya. Menurut Hisyam.M & Pamungkas, C. (2016) menyatakan bahwa “*globalisasi budaya yang terjadi mengakibatkan lunturnya nilai-nilai agama dimana budaya lokal dan internasional digantikan*” (p.304)”. Ketika globalisasi menjadi salah satu kosa kata utama dalam kehidupan sehari-hari, pada saat yang sama kosa kata kearifan lokal hadir sebagai budaya bandingan untuk membangun keseimbangan agar tidak terjadi goncangan dalam kehidupan.

Melihat dan menganalisis mengapa para gen Z Bali memilih pakaian modern dalam kesehariannya menjadikan penelitian ini bertujuan mengkonstruksi fenomena globalisasi yang terjadi dapat mempengaruhi para generasi Z dalam pemilihan model pakaian berpakaian. Dimana pakaian adalah lambang dari citra diri individu atau juga sebagai jati diri dari para generasi Z.

Rumusan Masalah Penelitian ini adalah *kesatu*, mengapa para generasi Z Bali memilih model

pakaian yang lebih modern? *Kedua*, Adakah dampak terkait globalisasi dengan gaya berpakaian generasi Z Bali? Sementara Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami alasan gen Z Bali memilih pakaian yang modern. Tujuan lainnya adalah mengetahui kaitan antara dampak dari fenomena globalisasi dengan gaya berpakaian gen Z di Bali.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini objeknya adalah pakaian dari gen Z Bali. Pakaian sebagai bentuk untuk menunjukkan citra diri juga dijelaskan dalam buku yang ditulis oleh Edward (2011) bahwa cara “berpakaian adalah bentuk *self expression* dan *social change*” (p.118). Selain itu pakaian juga disebutkan sebagai sebuah proses difusi sosial yang akan diadopsi oleh kelompok baru (Solomon, 2004, p.571). Difusi sendiri memiliki arti penyerapan. Dimana itu berarti bahwa pakaian adalah bentuk dari penyerapan secara sosial.

Generasi Z adalah sebutan untuk individu yang lahir pada tahun 1995 sampai dengan 2001 dimana generasi yang sangat membutuhkan internet dikarenakan pada masa perkembangannya semakin besar internet sangat berkontribusi dalam kehidupan sehari-harinya (Adam, 2017). Generasi Z akan selalu membutuhkan koneksi internet 7 hari dalam 24 jam. Internet adalah sebagai media untuk para gen Z mencari informasi.

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana yaitu peneliti diharuskan untuk langsung datang dan terjun kedalam situasi atau kondisi yang sebenarnya dilingkungan tersebut untuk melihat untuk mendapatkan keaslian data dalam penelitian ini. Pada penelitian ini fenomena yang terjadi dikaitkan dengan teori dan juga informasi sehingga metodologi yang siap digunakan untuk dapat bertanya, menganalisis, melihat dan mengkonstruksi kondisi sosial pada objek yang menghasilkan makna.

Peneliti akan menggali mencari informasi, mengumpulkan fakta di lapangan dengan kondisi yang alami. Fakta dan data yang dikumpulkan juga harus sebagai data yang terpercaya dan lengkap maka dari itu didukung dengan cara wawancara mendalam. Pada penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial diri yang termasuk dalam tradisi sosio kultural. Pendekatan pada penelitian ini maka akan menggunakan paradigma konstruktivis dimana penelitian dilihat dan dirancang dari berbagai kasus atau isu yang kemudian menilainya secara subjektif.

Pada penelitian ini wawancara yang cocok digunakan adalah wawancara semistruktur dimana kemampuan narasumber untuk menjawab akan berbeda-beda sehingga peneliti yang sudah memiliki pedoman pertanyaan akan menanyakan lebih dalam jika terdapat jawaban yang menarik untuk dibahas lebih pada saat wawancara dengan tujuan peneliti dapat bertanya lebih dalam.

Dalam mendapatkan data yang dapat dipercaya atau terdapat keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber memanfaatkan beberapa sumber

penelitian lainnya sebagai acuan untuk melakukan perbandingan dan konfirmasi dengan sumber – sumber yang lain. Dalam analisis data pada penelitian ini akan melalui proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Yusuf, 2014,p.408).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dalam penelitian disebutkan diawal adalah untuk mengetahui alasan para gen Z memilih pakaian yang digunakan dan juga mengetahui adakah kaitan antara globalisasi yang dapat mempengaruhi gaya berpakaian. Teori konstruksi sosial diri menyatakan bahwa seorang individu atau diri terbentuk karena terjadinya interaksi antar manusia. Teori konstruksi sosial diri yang terdiri dari 3 elemen yaitu (a) tampilan, (b) sumber, (c) agen akan dianalisis berdasarkan hasil dari wawancara.

Tampilan

Pada elemen tampilan seorang individu memilih menampilkan dirinya yang ingin ditampilkan ke publik seperti dirinya atau kata lainnya adalah aspek *display* dimana secara sadar individu menunjukkan dirinya salah satunya lewat pakaian.

Tabel 1. Analisis Hasil Elemen Tampilan

Tampilan	Analisis Hasil
Gaya yang ditampilkan dalam keseharian	Para gen Z memiliki gaya berpakaian yang berbeda-beda untuk ditampilkan kepada lingkungannya.
Motivasi untuk berpakaian	Motivasi para gen Z dalam gaya berpakaian yang dipilih lebih sering menyebutkan aspek kenyamanan menjadi motivasi utama. Menilik lebih dalam jika perbandingannya dengan baju khas Bali maka mereka cenderung akan memilih pakaian modern untuk pakaian sehari-harinya karena banyak ornamen yang harus digunakan jika memakai baju khas Bali.
Nilai yang ingin ditunjukkan	Pakaian sebagai bentuk kode atau komunikasi terhadap lingkungannya. Para gen Z cenderung ingin memperlihatkan kepada lingkungannya bahwa pakaian yang mereka pakai sebagai cerminan dari diri mereka.
Kebebasan dalam berpakaian	Pada hasil pembahasan ini para gen Z sadar betul untuk menggunakan pakaian sesuai situasi dan kondisi. Terutama pakaian yang mereka gunakan sehari-hari cenderung modern tersebut dilarang dalam kegiatan upacara keagamaan Hindu.
Model pakaian masa kini & tren	Fenomena globalisasi dimana masuknya banyak informasi melalui internet mempermudah para gen Z terkait informasi melalui tren dari

pakaian. Mereka juga menggunakan pakaian yang dapat dikatakan masa kini.

Komentar dari orang-orang Komunikasi melalui pakaian juga akan menerima *feedback* dari orang atau lingkungan yang dikomunikasikan oleh gen Z. Para gen Z ini cenderung mendapatkan feedback baik dari orang-tua, teman hingga pacar. Jika melihat pandangan orang lain terhadap gaya berpakaian mereka cenderung sama dengan nilai yang mereka ingin sampaikan diawal tadi.

Sumber: Hasil Penelitian

Secara keseluruhan jika dirangkum dalam elemen tampilan para gen Z di Bali memiliki gaya yang ditampilkan sehari-hari. Dimana para gen Z secara sadar menunjukkan dirinya salah satunya lewat pakaian dengan cara yang berbeda-beda dan motivasinya tersendiri. Namun terkait penggunaan pakaian khas Bali, mereka enggan untuk penggunaan sehari-hari dikarenakan merasa sulit bergerak ketika menggunakannya. Meskipun dalam fenomena globalisasi dimana para gen Z mengakses informasi melalui teknologi internet tetapi mereka juga sadar betul bahwa pakaian yang modern dan masa kini ini digunakan sesuai kondisi dan situasi. Temuan penelitian menunjukkan teori konstruksi sosial diri yang menjelaskan identitas diri individu terbentuk karena individu tersebut mempelajari lingkungannya.

Sehingga dapat dibuat asumsi Para gen Z ini secara tampilan memilih pakaian yang modern dikarenakan lingkungan sekitarnya sudah menggunakan pakaian modern. Sedangkan penggunaan pakaian khas Bali seperti kebaya untuk perempuan dan juga kamen sebagai kain penutup bawahan sebagai pakaian seharusnya hanya digunakan oleh orang yang sudah tua sekitar umur 80 tahunan. Oleh karenanya akibat lingkungan para gen Z yang dominan menggunakan pakaian modern, maka para gen Z Bali memilih untuk bergaya pakaian yang sesuai dengan pengaruh yang mereka terima.

Sumber

Pada elemen sumber lebih menekankan bagaimana sumber yang untuk kemudian dikonstruksi menjadi penampilan individu yang sekarang. Sumber yang di dapat berasal baik internal dan juga eksternal. Dimana ada faktor pengalaman sebagai sumber informasi yang kemudian direalisasi atau di eksekusi oleh individu tersebut.

Tabel 2. Analisis Hasil Elemen Sumber

Sumber	Analisis Hasil
Media yang sering diakses	Para gen Z ahli dalam menggunakan teknologi yaitu internet. Media yang paling sering diakses oleh para gen Z dalam mencari referensi gaya berpakaian melalui jaringan internet adalah media instagram, youtube maupun pinterst.

Rata-rata dari informasi yang mereka dapat melalui internet mereka justru 3 diantaranya merasa tidak cocok dengan tren yang ada dikarenakan tidak sesuai dengan apa yang mereka mau.

- Inspirasi dalam berpakaian** Tiga diantara 4 gen Z Bali ini memiliki sosok yang menginspirasi mereka dalam berpakaian. Tetapi sosok yang menginspirasi tersebut ternyata hanya membuat 2 diantara 3 orang gen Z untuk mengikuti sosok yang menginspirasi mereka. Setelah dilihat lebih dalam referensi para gen Z cenderung menyukai orang Indonesia sebagai referensi gaya berpakaian mereka.
- Faktor lingkungan yang mempengaruhi** Jika dilihat dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa gaya berpakaian individu gen z berpengaruh terhadap gaya berpakaian mereka. Pengaruhnya sendiri seperti yang dilakukan 2 dari 4 gen Z Bali bahwa mereka mengaku bahwa mereka mengikuti gaya lingkungannya, sedangkan pengaruh dalam gaya berpakaian untuk 2 lainnya lebih ingin tampil lebih berbeda dari lingkungannya.
- Faktor norma & orang tua** Pengetahuan mengenai norma yang berlaku dalam segi berpakaian oleh gen Z cukup tinggi. Disebutkan bahwa mereka sebagai gen Z Bali tau cara untuk berpakaian sesuai normanya. Selain itu juga orang tua berandil dalam pemilihan pakaian oleh gen Z untuk tetap menjaga norma yang berlaku di lingkungannya.
- Faktor market yang menjual dan mendapatkan kenyamanan** Para gen Z mengaku bahwa sudah melakukan kegiatan belanja online. Dengan kemudahan kapan dan dimanapun mereka dapat berbelanja. Tetapi dengan kemudahan tersebut individu tersebut masih melakukan kegiatan belanja secara *offline*. Dimana mereka cenderung masih merasa nyaman untuk lihat barang yang mereka beli langsung. Terdapat juga pengakuan dari salah satu dari gen Z Bali menyatakan bahwa jika berbelanja *offline* dia dapat belanja merk Zara, Stadiovarius & Bershka. Merk-merk tersebut adalah merk yang berasal & diproduksi dari luar Indonesia. Selain itu para gen Z juga menyatakan bahwa aspek kenyamanan menjadi hal yang utama dalam pemilihan pakaian mereka.

Sumber: Hasil Penelitian

Teori konstruksi sosial diri juga menjelaskan bahwa individu terbentuk karena terjadinya interaksi antar manusia. Proses pencarian identitas sebagaimana dipahami memiliki banyak proses, hingga menjadi suatu identitas maka diperlukan informasi yang sesuai. Para gen Z menyatakan bahwa pencarian informasi gaya berpakaian sesuai dengan keinginannya didapatkan dari media sosial dan juga interaksi dengan sosialnya. Hasil dari elemen sumber menjelaskan bahwa sumber informasi baik internal yaitu lingkungan orang tua dan kesadaran

diri sendiri ataupun eksternal yaitu informasi melalui media dan juga sosok yang menginspirasi individu jelas memberikan informasi yang kemudian dipilah sesuai keinginan individu gen Z. Informasi tersebut dikonstruksi menjadi penampilan yang sesuai dengan para gen Z. Setelah itu pemilihan model pakaian dilanjutkan dengan pembelian pakaian. Para gen Z Bali yang sangat terbiasa dengan menggunakan jaringan internet dalam berkomunikasi dan juga menunjang aktifitasnya ternyata dalam pembelian pakaiannya lebih nyaman untuk membelinya langsung di toko. Hal ini disebabkan toko yang menjual pakaian yang mereka banyak di Bali. Praktik pembelian secara online menurut para gen Z hanya memberikan aspek kemudahan

Agen

Pada elemen agen lebih menekankan dimana pada tingkatan seberapa individu yang melihat informasi yang sudah dikonstruksi berdasarkan pengalaman yang kemudian memutuskan untuk diolah menjadi suatu informasi baru untuk terus kemudian menunjukkannya.

Tabel 3. Analisis Hasil Elemen Agen

Agen	Analisis Hasil
Pakaian sesuai keinginan	Dengan banyaknya informasi yang mereka dapat sekarang mereka sadar bahwa sebagai individu mereka akan terus berubah kembali lagi kepada situasi & kondisinya. Melihat jawaban para gen Z mereka akan tetap pada ciri khas mereka di awal seperti <i>stylist</i> , <i>simple</i> , sederhana & sesuai dengan situasinya.
Pakaian untuk eksistensi dan gengsi	Eksistensi dan gengsi adalah suatu proses dimana individu berusaha menunjukkan keberadaannya oada lingkungan sekitarnya. Para gen Z mengaku bahwa memang betul bahwa pakaian tersebut digunakan untuk menunjukkan eksistensi. Sedangkan untuk faktor gengsi hanya 1 orang yang mengaku menggunakan pakaian untuk gengsi. Pakaian yang dia pakai untuk menunjukkan gengsi hanyalah kaos yang dia dapatkan dari lomba yang bergengsi.
Pandangan orang lain	Para gen Z merasa pakaian yang mereka gunakan sekarang layak untuk diperlihatkan kepada lingkungannya. Selain itu karena pemahaman mereka dengan norma cukup tinggi maka mereka merasa pakaian yang mereka gunakan sesuai dengan norma yang berlaku di lingkungannya.
Pakaian terkait acara keagamaan	Bali termasuk ketat dalam berpakaian untuk kegiatan keagamaan. Seperti turis yang ingin berkunjung ke pura Bali diwajibkan memakai kain bawahan untuk dapat masuk kedalam pura tersebut. Para gen Z yang mengerti budaya berpakaian di Bali mereka juga sangat menghargai aturan dalam kegiatan keagamaan. Berpakaian khusus acara keagamaan hindu baik dari ornament pakaian hingga pemilihan warnanya.

Budaya berpakaian di tempat lain Dengan globalisasi yang menyebarkan semua informasi termasuk informasi cara berpakaian membuat para gen Z semakin terbuka kesempatan untuk mencontohnya. Mereka menyadari bahwa gaya berpakaian mereka sama untuk dibeberapa negara lainnya.

Sumber: Hasil Penelitian

Fenomena globalisasi memberikan dampak pada gaya hidup dan juga gaya berpakaian para gen Z Bali. Dalam hal ini Para gen Z sudah memiliki informasi dan pengalaman kemudian mereka olah dan mengkonstruksi dalam gaya berpakaian menjadi lebih mantap untuk menunjukkan citra diri mereka. Mereka sudah menggunakan pakaian sesuai keinginan, untuk eksistensi kepada lingkungannya. Tetapi tetap menomor satukan aspek norma dimana dalam berpakaian terutama untuk mereka yang beragama Hindu. Walaupun globalisasi memiliki tujuan untuk hegemoni dimana budaya kelompok sosial yang dominan akan mempengaruhi budaya lainnya.

Efek globalisasi di kalangan gen Z Bali memang terjadi untuk pakaian sehari-hari tetapi ada beberapa jenis atau model pakaian yang para gen Z Bali hindari dimana seperti pakaian terbuka ataupun model sobek-sobek. Hal tersebut dikarenakan tidak sesuai dengan nilai atau norma yang ada di Bali. Jika kosntruk dari hasil analisis menjelaskan bahwa kemampuan para gen Z untuk memilih pakaian yang ditampilkan kepada lingkungan dengan sumber informasi yang mereka terima dan kemudian matang dalam mengkonstruksikan identitas mereka sesuai dengan teori sosial konstruksi diri. Dimana secara keseluruhan setelah dianalisis mereka baik secara sadar ataupun tidak sadar memilih dan menggunakan pakaian mereka dipengaruhi oleh lingkungan mereka.

Selain itu fenomena globalisasi sendiri terbukti membuat informasi dalam gaya berpakaian semakin luas sehingga dunia terlihat seperti menjadi satu. Masuknya informasi model pakaian dan juga merk-merk pakaian internasional di Bali secara tidak langsung merubah gaya pakaian mereka. Penggunaan pakaian modern dalam acara kegamaan Hindu juga sebaiknya dihindari. Dalam acara kegamaan Hindu ataupun kunjungan ke tempat ibadah agama Hindu masih sangat ketat.

Selain aspek kenyamanan dalam berpakaian sehari-hari ternyata ada aspek globalisasi yang ikut andil dalam pemilihan pakaian yang mereka gunakan. Fenomena globalisasi juga dimanfaatkan melalui media dan teknologi sebagai informasi dan juga referensi. Para gen Z sadar dengan tren berpakaian yang ada. Mereka memang tidak langsung serta merta mengikutinya berusaha untuk menjadi individu yang unik.

SIMPULAN

Dampak dari fenomena globalisasi dalam gaya berpakaian gen Z Bali dapat disimpulkan menjadi 2 hal. *Pertama*, alasan para gen Z Bali dalam memilih pakaian modern dikarenakan para individu menerima informasi yang terima dari lingkungan sekitarnya. Sumber informasi

tersebut para gen Z dapatkan selain dari lingkungan sekitarnya yaitu teman dan juga keluarga para gen z tersebut mencari referensi dari online. Kemudian dari informasi tersebut para gen Z konstruksi dan olah dimana hasilnya dari segi tampilan yang dipakai sekarang yaitu pakaian yang modern.

Kedua, terkait hubungan fenomena globalisasi dengan gaya berpakaian yang dipilih. Praktik globalisasi digunakan untuk pemanfaatan referensi model ataupun jenis pakaian. Gaya berpakaian sehari-hari memang sangat modern jika dilihat dari tampilan para gen Z. Tetapi jika di Bali ada acara keagamaan atau acara khas Bali maka gaya berpakaian di Bali masih kental dengan Ajeg Bali. Dimana Ajeg Bali adalah mempertahankan budaya Bali termasuk budaya berpakaian. Dimana penggunaan kamen (kain motif) wajib digunakan. Maka dari itu efek ataupun dampak dari fenomena globalisasi disini membuat standarisasi dalam model ataupun gaya berpakaian yang modern.

Maka dari itu terkait teori sosial konstruksi diri yang menyatakan bahwa individu berperilaku sesuai informasi yang individu tersebut terima yang kemudian diolah dan diadaptasikan kepada dirinya. Jadi dapat disimpulkan bahwa pakaian modern seperti menggunakan kaos, kemeja, rok, celana jeans yang digunakan untuk keseharian oleh para gen Z memang dilakukan juga oleh lingkungannya. Gaya pakaian kebaya dan kemeja dan kamen sebagai pakaian sehari-hari sudah hilang tergeser dengan pakaian modern karena aspek kenyamanan. Namun gaya pakaian khas Bali yaitu kebaya dan kemeja dan kamen sekarang berubah nilai menjadi pakaian khusus acara keagamaan atau acara adat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A (2017, April 28) Selamat tinggal generasi milenial, selamat datang generasi z. *Tirto.id*. Diakses dari <https://tirto.id>
- Afrisia (2014, Desember 1) “Riwayat pulau dewata dan payudara wanita”. *CNN Indonesia*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com>
- Erikania, F. (2017, Maret 17). “Bali dinobatkan sebagai destinasi terbaik dunia oleh TripAdvisor”. *National Geographic Indonesia*. Diakses dari <http://nationalgeographic.grid.id/>
- Edwards, T. (2011) *Fashion in focus concepts, practices, and politics*. New York. America
- Gumelar, M. S. (2017) Cultural design: studi banding bali untuk proyeksi masa depan dayak. *Jurnal Studi Kultural*, 2(2), 91-101.
- Hisyam.M & Pamungkas, C. (2016) *Indonesia, Globalisasi, dan global village*. Jakarta, Indonesia
- Litteljohn S.W., Foss, K.A., (2008) *Theories of Human Communication (9th ed.)* USA, America
- MCMillin, D.C., (2007). *International media studies*. Oxford, United Kingdom
- Morissan, (2013) *Teori komunikasi individu hingga massa*. Jakarta, Indonesia.
- Santos,B.D.S (2006) *Globalization: theory, culture & society*. Diakses dari <http://tcs.sagepub.com/content/23/2-3/393> 393-399
- Soekanto,S., Sulistyowati, B., (2014) *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta, Indonesia

- Solomon, M.R., (2004) *Consumer behavior buying, having and being. (6th ed.)* New Jersey, US
- West, R., Turner. L.H., , (2007) *Introducing Communication Theory: Analysis and application (3th ed.)* New York. America
- Yusuf, A.M., (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.* Jakarta, Indonesia